

BAB 6

SIMPULAN DAN SARAN

6.1 Simpulan

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada dan hasil analisis data penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Customer focused quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel resmi Istana Mobil Suzuki di Surabaya adalah terbukti.
2. *Tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel resmi Istana Mobil Suzuki di Surabaya adalah terbukti.
3. *Delivery quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel resmi Istana Mobil Suzuki di Surabaya adalah terbukti.
4. *Communication quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel resmi Istana Mobil Suzuki di Surabaya adalah terbukti.
5. *Customer care quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel resmi Istana Mobil Suzuki di Surabaya adalah terbukti.
6. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel resmi Istana Mobil Suzuki di Surabaya adalah terbukti.
7. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada bengkel resmi Istana Mobil Suzuki di Surabaya adalah terbukti.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, Prasetyo. (2010). *Layanan Sepenuh Hati dari Suzuki*, 26 Mei 2010. (<http://www.suzuki.co.id>. 06/23/2010).
- Anderson, E., Fornell, C, dan Lehman, D.R. (1994). Customer Satisfaction, market share, and Profitability, *Journal of Marketing*, Vol. 58, July: 53-66.
- Bei, L., dan Chiao, Y. (2001). An Integrated Model for The Effects of Perceived Product, Perceived Service Quality, and Perceived Price Fairness on Consumer Satisfaction and Loyalty, *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, Vol. 14, Januari: 125-140.
- Berkowitz, E.N., Roger A.K., Steven W.H., dan William, R. (2002). *Marketing*. (4th Ed.). Homewood: Richard D. Irwin, Inc.
- Berndt, A. (2009). Investigating Service Quality Dimensions in South African Motor Vehicle Servicing. *African Journal of Marketing Management*, Vol. 1, No. 1, April: 1-9.
- Boone, L.E., dan David, L.K. (1995). Relationship Marketing, Emerging Perspectives on Service Marketing, Chicago: *American Marketing Association*.
- Cravens, W.D. (1991). *Strategic Marketing*. (3rd Ed.). Boston: Irwin, Inc.
- Ferdinand, A. (2002). *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Edisi Kedua. Semarang: Penerbit UNDIP.
- Hasan, A. (2009). *Marketing*. Edisi Baru. Yogyakarta: Penerbit Media Pressindo.
- <http://www.kabarbisnis.com>. 06/03/2010.

- Hurriyati, Ratih. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Jasfar, Farida. (2002). Kualitas Hubungan dalam Jasa Penjualan: Pengaruh Hubungan Interpersonal Tenaga Penjualan Pada Perusahaan Asuransi Jiwa. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 3, No. 3, September: 18-30.
- Kustituantio, B. (1995). *Statistik Ekonomi*. Yogyakarta: Penerbit STIE YKPN.
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: Penerbit Prehalindo.
- _____ dan Gary Armstrong. (2004). *Principles of Marketing*. (10th Ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- _____ dan Keller, K. (2007b). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Edisi 12. Jakarta: Penerbit PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- _____ (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Edisi 13. Jakarta: Penerbit PT. Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Lovelock, C. H dan L. K. Wright. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. (Widyantoro, A, penerjemah). Jakarta: PT INDEKS Kelompok Gramedia. (Buku asli diterbitkan tahun 1999)
- Mardalis, A. (2005). Meraih Loyalitas Pelanggan. *Benefit Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 9, No. 2, Desember: 111-119.
- Morissan. (2007). *Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Tangerang: Penerbit Ramdina Prakarsa.

- Nazir, M. (1998). *Metode Penelitian*. Cetakan ketiga. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Storbacka, K., Strandvik, T., dan Gronroos, C. (1994). Managing Customer Relationships for Profit: The Dynamics of Relationship Quality. *Journal Service industry Management*, Vol. 5, No. 5, December: 21-38.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi Kelima. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Zeithmal, V.A dan Bitner, M. J. (1996). *Service Marketing*. International Edition. Singapore: The Mc.Graw-Hill Companies, Inc.